IP/03/689

Bruxelles, 15 mai 2003

La fleur de l'écolabel aide les consommateurs de l'UE à choisir des vacances respectueuses de l'environnement



Les consommateurs ont désormais la possibilité d'utiliser la fleur pour trouver un hôtel, un "bed and breakfast", une auberge de jeunesse ou, même, un refuge de montagne respectueux de l'environnement. À partir du 1er mai 2003, les entreprises qui vendent des séjours touristiques dans toute l'Europe peuvent demander l'écolabel de l'UE pour montrer dans quelle mesure elles respectent l'environnement. Les consommateurs européens utilisent depuis longtemps la fleur pour trouver des produits plus écologiques, mais c'est la première fois que la Commission européenne adopte des critères écologiques pour le secteur des services.

Mme Wallström, commissaire à l'environnement, a déclaré qu'un secteur touristique prospère n'est pas incompatible avec un environnement sain et le respect de la nature. Le symbole de l'écolabel donne aux fournisseurs de séjours touristiques l'occasion unique de montrer à leurs clients quelle valeur ils accordent à l'environnement. Du point de vue commercial, il est logique pour les fournisseurs de séjours de demander l'écolabel, et du point de vue de l'environnement, il est bon que les consommateurs recherchent la fleur au moment de réserver leur séjour.

Les consommateurs veulent des vacances plus écologiques

Au cours des dernières années, la tendance à exiger des services touristiques plus écologiques n'a cessé de se renforcer. Les consommateurs sont de plus en plus exigeants dans leur recherche de vacances plus écologiques. Le secteur touristique considère que la satisfaction de cette demande est la clé de la réussite. Une étude récente[1] a montré que 42 % des touristes préfèrent choisir un séjour respectueux de l'environnement.

---

[1] German Traveller Analysis 2002.

Environ 46 % souhaitent que leur lieu de villégiature promeuve activement la protection de l'environnement, et près de 60 % estiment que les problèmes de déchets extérieurs et de pollution sont dissuasifs. Une autre étude[2] a montré que près de la moitié des personnes interrogées estiment que la qualité environnementale est un critère crucial pour choisir leur lieu de vacances.

Les critères de l'écolabel

Tout opérateur touristique, qu'il s'agisse d'une chaîne d'hôtels ou d'une petite exploitation agricole, peut demander l'écolabel. Il doit cependant satisfaire préalablement à des critères minimaux en matière environnementale et sanitaire. Ces critères comprennent le recours à des sources d'énergie renouvelables, une réduction globale de la consommation d'énergie et d'eau, des mesures pour réduire les déchets, l'adoption d'une politique en matière d'environnement et la mise à disposition de zones non-fumeurs.

Pour obtenir la fleur, il faut déployer certains efforts, mais la fleur apporte aussi une valeur ajoutée. Elle aide les opérateurs à identifier et à se concentrer sur leurs points faibles écologiques et économiques. En réduisant la consommation d'énergie et d'eau, ils peuvent améliorer leur rentabilité tout en promouvant l'environnement.

Historique

Le programme écolabel de l'UE a été mis sur pied en 1992 pour promouvoir les produits (et les services) ayant un impact réduit sur l'environnement, en autorisant les fabricants ayant reçu l'écolabel à arborer sur leurs produits le logo présentant une fleur. Les produits portant l'écolabel ont été contrôlés par des organismes indépendants pour garantir qu'ils respectent des critères environnementaux stricts. Ces produits sont donc non seulement plus respectueux de l'environnement, mais ils rendent des services au moins équivalents, sinon supérieurs, à ceux des produits classiques.

Chaque État membre de l'UE dispose d'autorités compétentes qui fournissent des informations sur la manière de demander la fleur, vérifient le respect de la réglementation et aident les entreprises désireuses d'obtenir la fleur de l'écolabel. Les entreprises candidates reçoivent un dossier de demande, qui contient un formulaire de vérification et un manuel d'instructions destiné à les aider tout au long du processus de demande.

Les candidats doivent fournir un dossier détaillé montrant comment les critères techniques ont été satisfaits. Il existe actuellement 21 groupes de produits différents, tels que textiles, chaussures, détergents, appareils domestiques, produits de papier, peintures, etc. Des critères pour les meubles seront disponibles sous peu. Des travaux sont en cours en ce qui concerne d'autres groupes de produits, tels que le papier imprimé et les campings.

Plus de 135 licences ont été octroyées jusqu'à présent pour plusieurs centaines de produits. Au cours des deux dernières années, les ventes de produits portant l'écolabel ont augmenté de plus de 300 %. Les progrès les plus sensibles ont été réalisés en France, au Danemark, en Italie, en Grèce et en Espagne.

---

[2] Austrian Traveller Survey 2002.

Le logo de la fleur joue un rôle important pour rendre la consommation plus durable. Il constitue un des principaux instruments d'une politique intégrée de produits (PIP), qui fournit une approche stratégique pour réduire les incidences environnementales au cours du cycle de vie des produits et renforcer le marché des produits écologiques.

Une vaste campagne de marketing dans toute l'Europe est projetée pour 2004 dans le but de sensibiliser les consommateurs à la fleur.

Pour davantage d'informations, voir les sites:

http://europa.eu.int/ecolabel

http://www.eco-label-tourism.com

http://www.eco-label.com